

EMILIA DEVANTEL HERCULES

MÍDIA E IMAGENS:

A PERCEPÇÃO DO CORPO FEMININO

Monografia apresentada como requisito parcial para conclusão do curso de Licenciatura em Educação Física, do Departamento de Educação Física, Setor de Ciências Biológicas, da Universidade Federal do Paraná.

PROF. MARCELO MORAES E SLIVA

**“Os pescadores sabem que o mar é perigoso
e a tormenta terrível. Mas este conhecimento
não os impede de fazer-se ao mar.”**

Vicent Van Gogh

AGRADECIMENTOS

A
Nivaldo Hercules e Lucinda Devantel
Hercules, meus pais,
por todo seu esforço e carinho.

A
Marcelo Moraes e Silva,
inspiração do trabalho e fonte
incondicional de apoio e amizade.

A
Vitor do Nascimento Augusto,
pelo carinho, compreensão e
companheirismo.

A
Iverson Ladewig,
Pela amizade e pelo ensino e
dedicação a pesquisa.

Aos professores do Departamento de
Educação Física, pela atenção e por
todas as dicas.

A
Todos os amigos que estiveram
sempre ao meu lado durante toda esta
caminhada.

SUMÁRIO

LISTA DA TABELAS.....	vi
LISTA DE GRÁFICOS.....	vii
LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....	viii
RESUMO.....	ix
1. INTRODUÇÃO.....	01
1.1 PROBLEMA	01
1.2 JUSTIFICATIVA.....	03
1.3 OBJETIVOS.....	04
1.3.1 Objetivo Geral.....	04
1.3.2 Objetivos Específicos.....	04
2. REVISAO DE LITERATURA.....	05
2.1 A PERFEIÇÃO	05
2.1.1 Definições de belo.....	05
2.1.2 O perfeito determinado.....	06
2.1.3 A conceituação do feio.....	07
2.1.4 Corpo moldado.....	07
2.1.5 Auto-afirmação e auto-estima, estigmas do belo.....	10
2.1.6 Caricaturas.....	12
2.1.7 Moda.....	13
2.2 APARENCIA DESTRUIÇÃO.....	15
2.2.1 (In)perfeição?.....	15
2.2.2 Busca frenética pela beleza.....	16
2.3 DISCIPLINA E CONTROLE.....	18
2.3.1 Foucault e colaborações	18
2.3.2 (En)carceramento do corpo e da alma.....	19
2.3.3 Vigilância parcial e controlada.....	20
2.4 METODOS: EXERCICIO FISICO OU CIRURGIA PLASTICA.....	21
2.4.1 Desvio de preferencias e facilidades.....	21
2.4.2 Mercado(logia) de corpos banais.....	22

2.4.3 Compra e venda.....	24
2.5 IMAGINARIO SOCIAL.....	26
2.5.1 Masculino como determinante do estereotipo feminino.....	26
2.5.2 Corpo reações.....	27
3. METODOLOGIA.....	29
3.1SUJEITOS.....	29
3.2 INSTRUMENTOS.....	29
3.3 PROCEDIMENTOS.....	30
3.4 VERIFICACAO DOS RESULTADOS.....	31
4. RESULTADOS.....	32
5. DISCUSSAO.....	39
6. CONCLUSOES.....	42
REFERENCIAS.....	44
ANEXOS.....	46
ANEXO 01: Questionário da Pesquisa.....	47
ANEXO 02: Livro de Fotos.....	49

LISTA DE TABELAS

TABELA 01: Avaliação do que é considerado belo.....	35
TABELA 02: Avaliação e classificação do “Livro de Fotos”.....	38

LISTA DE GRAFICOS

GRÁFICO 01: Ciclo vicioso da construção do corpo.....	09
GRÁFICO 02: Gosto do meu corpo?.....	34
GRÁFICO 03: Exposição em porcentagem da preferencia feminina.....	38
GRÁFICO 04: Posaria nua?.....	39

LISTA DE ILUSTRACOES

FIGURA 01: Modelagem do corpo.....	13
FIGURA 02: Caricatura da bela mulher.....	13
FIGURA 03: A simbologia sexual.....	14
FIGURA 04: O trabalho sem beleza aparente.....	14
FIGURA 05: A influencia da mídia.....	14
FIGURA 06: A velhice evitada.....	14
FIGURA 07: O desprezo pela gordura, o medo de ser assim.....	14

RESUMO

A verificação do imaginário social masculino na sua transposição imbuída e vislumbrada diretamente nos corpos femininos é o objetivo deste trabalho de conclusão de curso. Durante o processo histórico pode se perceber a modificação acentuada dos padrões de beleza reflexas principalmente nas mulheres. Após a Revolução Industrial houve uma transformação no conceito de belo corporal, buscando um corpo forte e ágil que transformou-se em estereotipo de saúde, sustentado pela medicina esse corpo se perpetua e revigora-se a todo momento, sendo presença nata na mídia e na indústria mercadológica. A transposição dos valores da medicina estética, para a população em geral, através da televisão e das revistas que pressupõem discursos pré-moldados pela sociedade burguesa, que compõem a necessidade de ser belo para ser feliz. E por meio deste trabalho busca-se entender a frenética busca feminina a esse belo aparente para sua satisfação pessoal e social.

1. INTRODUÇÃO

1.1 PROBLEMA:

A imposição social através da mídia e da indústria cultural, torna-se a cada dia uma maior influenciadora no desenvolvimento e construção de conceitos sobre o corpo, que são refletidos diretamente na cultura e repassados através das tradições. O uso do corpo indiscriminadamente pelos meios de comunicação de massa, provoca consequências sociais subsequentes e complicadoras por não se ter um corpo presente e venerado.

A estética preponderante é reflexo de uma formação do corpo ligada ao sistema mercantil que retoma o consumismo como único meio a se conseguir a perfeição, injetando ânimos na busca frenética pelo belo corporal constituindo uma indústria da cultura do corpo. A Educação Física está intimamente ligada à questão do corpo, seja esta relacionada à estética¹ ou à saúde, estabelecendo um maior contato com a parte mercantilizada e explorada pelos meios de comunicação (cita-se a televisão como vínculo principal) e também exposta pelas academias e centros de estética espalhados por todos os lados.

O descontentamento gerado socialmente atinge não apenas as mulheres, mas também aos homens; ambos atualmente sentem a necessidade de pertencer a uma sociedade do belo aparente, que é supostamente atingível e vendável por meio das muitas plásticas e novos processos de rejuvenescimento, entre outros².

Através dos tempos o corpo passou por diversas modificações e conceitos. Durante muito tempo o corpo foi exposto sem pudores, na Grécia Antiga, sob o paradigma da aphrodisia, isso pode parecer de certa forma um absurdo já que nas épocas seguintes a moral imposta socialmente tornou o corpo um ser estranho para seu próprio dono. Esses modos de tratamento do corpo refletiram e foram reflexos nas concepções de mundo, de certo ou errado das respectivas eras, mas

¹ Entenda-se estética aqui quanto a estética aparente, composta pela beleza preponderante e vazia, e não como totalidade do conceito filosófico (estética = aparência e essência de um objeto ou ser).

² Compreenda este fato como não sendo algo bom ou mesmo ruim, ele é apenas um fato presente.

com tantas idas e voltas o belo corporal tornou-se tão eclético quanto o que o produzia.

A História é muito bem retratada pela arte e por pensadores clássicos. As formas perfeitas dos deuses gregos e dos atletas do Olimpo deram lugar as voluptuosas madonas rechonchudas do Renascimento, essas mudanças refletem-se claramente na sociedade e na famosa busca da perfeição e do belo corporal. Talvez a mais forte representação dessa influência política na concepção corporal seja o marco da revolução industrial que estabeleceu claramente um novo biótipo físico – Corpo Forte, o corpo ideal, ágil e dócil, ou seja, dominado e útil, é efeito do investimento do poder. Domínio e consciência corporais são, portanto, produtos de trabalho persistente, sistemático e meticuloso que submete o corpo à ginástica, aos exercícios, à cadência rítmica, ao desenvolvimento muscular. A transcender o movimento médio esse fator causou radicais mudanças nas visões de corpo, moldados para o trabalho, os corpos passaram a ser padronizados e considerados belos, portanto aqueles corpos antecedentes a essa visão como se tornaram fora do que se é esperado, foram marginalizados.

Com tantas concepções estéticas o fator corpo vem sendo deixado de lado, como se todos os padronizados pudessem conviver e permanecer as sombras daqueles que estão inseridos no contexto atual contentam-se, assim, com o que já é familiar e tornando-se parte do comodismo, da falta de ambição pelos questionamentos diários. É necessário ressaltar que os corpos marginalizados apenas mudaram de posição, ou seja nunca deixaram de existir, apenas co(existem) com medo de não conseguirem corresponder as exigências sociais e também mercadológicas.

A exposição massificada do corpo feminino torna-se a cada dia um problema repleto de dilemas corporais que expostos temporalmente formam uma cultura de beldades construídas por silicones e plásticas que são visíveis principalmente na mídia propondo corpos esculpidos e escultorais como uma imposição de beleza a ser seguida. Nas revistas masculinas essa repercussão é explícita não apenas para seus consumidores masculinos, mas também para as

mulheres que se vêem, enquanto reflexo imaginário, nas fotos de nu artístico das artistas ou modelos do belo construído.

1.2 JUSTIFICATIVA:

A partir da revolução industrial os corpos passaram a se constituir quanto mercadoria, através da mão-de-obra e da busca de corpos fortes. Atualmente a exploração da estética compõe um ciclo vicioso de imposições sociais, da compra e venda de acessórios e corpos mais aptos a inserção social, isso reflete na banalização do corpo que através da imprensa transpõe todos os limites, transformando pessoas em meros objetos.

A mudança de estereótipos durante os séculos deve-se também a necessidade do mercado, que é expressa por meio do sistema vigente. As possibilidades de mudanças corporais institui no indivíduo uma cultura do corpo, submetendo-se a isentos e intensos tratamentos à procura do belo.

Preocupações com futilidades acentuam a necessidade da auto-afirmação por meio da autodestruição corporal. Essas preocupações se tomam ameaças constantes a Educação Física, pois tornaram-se prioridade, o belo corporal constituindo uma cultura de cirurgias plásticas e de academias de ginásticas.

Apesar das drásticas consequências que a busca pelo belo pode causar, cada vez mais pessoas o procuram, isso, pode ser considerado uma afronta a sua forma natural; dessa maneira a indústria frenética da estética procria suas armas e lança a cada dia novos silicones, cremes, cirurgias, anabolizantes e ... o conflito individual é atualmente, o maior gerador de mercado para a exploração capitalista na disputa feroz da beleza.

A explosão deste assunto perante a área acadêmica, proporciona ao estudo uma relevância científica importante, pois as indagações sobre o corpo vêm gerando grandes discussões. Através da detecção da problemática da

mercantilização e da cultura do corpo poder-se-ia intervir de forma mais educativa proporcionando aos indivíduos novas formas e subjetivações³.

A partir de uma breve contextualização pretende-se relacionar os reflexos dessas imposições corporais estéticas através do estudo da recepção de imagens de corpos femininos vinculadas na mídia por mulheres estudantes do curso de Educação Física da UFPR.

1.3 OBJETIVOS

1. 3. 1 Geral:

Verificar a recepção de imagens de corpos femininos vinculados na mídia por mulheres estudantes no curso de Educação Física.

1. 3. 2 Específicos:

- Verificar as representações adotadas no grupo pesquisado.
- Investigar como o discurso da beleza atua na formação das subjetividades.

³ Processo de interiorização dos acontecimentos vulgarmente chamados comuns, os passam a fazer parte sem constrangimento do cotidiano.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 A PERFEIÇÃO

2.1.1 Definições de belo

Existe uma questão que não se cala: porque a estética apareceu e sobreviveu durante séculos? Atualmente mais do que nunca! É proeminente e presente a busca constante da beleza, isso faz com que haja uma produção e um consumo estético de objetos e corpos modelados - preparados para a venda, se isto não se realiza a estética perde o sentido de ser, já que aquilo que é produzido e não é consumido sai de circulação por perder sua importância.

O estético corporal é sempre determinado por um contexto histórico social. A sociedade se pauta e é pautada para a construção de valores, sensibilidades e temores, com isso, tudo aquilo (ou alguém) que não se encaixa na escala musical da moda é mais uma nota desperdiçada durante o concerto da vida.

Definir o que é estética é fácil, o grande problema é estabelecer o que se encaixa perfeitamente numa definição tão perfeita. Se estética é falar sobre o belo, sobre as relações de algo (social, político, ético...) com a arte, como descrever o estético apenas como o belo, exibido pela mídia em corpos sinuosos e sensuais, ou como as obras de arte que estão presas em grandes museus e que admirá-las é quase que impossível. Apesar de suas muitas categorias a estética no mundo é apenas mais um pré-requisito para ser qualificado como um corpo bonito ou similar, ou seja beleza estética pura e do senso comum urbano; isso acontece apenas porque o belo resplandece na linguagem dos povos desde seus primórdios, "nas línguas como a grega, e nas das sociedades pré-helênicas," o belo "aparece como matriz peculiar no interior do" bom ". Designa, mesmo assim, o" bem-fabricado "ou" bem-feito ". (VÁSQUEZ, 1999)

2.1. 2 O perfeito determinado

Tem-se atualmente um afobamento por ser belo, cirurgias, cosméticos, moda... o que parece é uma acentuação capitalista de transformar tudo o que possa existir em mero produto de compra e venda que gere muitos lucros. Durante toda a era de liberalismo todos os corpos passaram a consumir suas próprias qualidades acentuadas em modelos estéticos, pré-fabricados em uma linha de montagem e modelagem seletora de rostos e corpos que estivessem de acordo com seus interesses, e passaram a substituir suas ditas falhas (segundo o mercado marginalizador) por produtos redutores, roupas afinadoras e etc.

Segundo Silva (2001), a hegemonização do corpo se deu a partir da tecnociência e da racionalidade através da exposição globalizada de um corpo universal em suas medidas e formas genericamente magras e constituídas via cirurgias plásticas de alto custo e tecnologia.

Desde o começo industrial seguem-se mais e mais corpos vazios, acrílicos, alienados e voltados à política da beleza consumista, vendível e destrutiva. Sem sentido passa-se a contemplar o que é imposto de maneira sutil e ao acordar as amarras já não podem mais ser desfeitas.! Esta visão de corpo matéria, matemática e irredutível teve sua influência em Descartes⁴, que descrevia o corpo como extensão que o próprio apresenta.

Como já mencionado antes as concepções sofrem alterações durante o transcorrer do tempo e a partir dessas transformações de visão de/do mundo é que pode se analisar a contraposição entre o que é belo e o que é feio, portanto o feio como se sabe é a oposição direta da beleza perfeita e é dessa maneira que o próprio se relaciona com o mundo.

⁴ Autor que apresenta uma dualidade entre corpo e mente, esquadriando o corpo com réguas e números. Classificação de indivíduos.

2.1.3 A conceituação do feio

Na verdade toda vez que se muda o belo, o desprezado feio sofre conseqüências no seu modo de ser. O que antes era belíssimo perdeu seu valor a partir da revolução industrial, pois a necessidade de corpos leves e aptos para o trabalho tornou-se o guia para a nova beleza corporal, o que restou foram corpos que perderam seu sentido, seu consumo e vendagem – corpos feios. Tudo é reflexo do erro, o feio, e tem correlação direta, desde seu começo, com a identidade do mau, obscuro. Isso se aplica bem no dias de hoje, já que em livros, TV... personagens malvados apresentam-se sempre como figuras grotescas, isto cria uma situação complexa e confusa de divulgação de que todo aquele considerado socialmente feio será efetivamente mau!

Julgamentos injustos e nas sombras do sensível, aquilo (aquele) que é discriminado por estar na situação do feio só tem ao seu lado o consolo de esperar a mudança conceitual do belo, e/ou partir para sua autodestruição tentando a felicidade na indústria das estéticas moduladas e pré-formatadas.

2.1.4 Corpo moldado

Outras possibilidades estão sendo criadas pela medicina (pode-se dizer estética?) para facilitar e melhorar as aparências, fator importante na cultura que esta sendo diluída à importância da vida política em busca de soluções rápidas. Há um vertiginoso crescimento do interesse pelo corpo, na maioria das vezes, ligado ao fator felicidade ou realização pessoal, sendo assim reforçando a auto-imagem correspondente as expectativas. Muitas mulheres submetem-se a calamidades em busca de satisfazer essas expectativas sociais, criadas e disseminadas como uma cultura normal a ser seguida, com a pobre desculpa de que ser magro é saudável! Isso causa um ciclo vicioso e viciado da construção do corpo, principalmente, ocidental. (ver gráfico abaixo)

GRAFICO 01: Ciclo vicioso da construção do corpo

Gráfico baseado em DAOLIO (1995) e SILVA (2001).

A construção corporal por vista da significação corporal está ligada a cultura social traduzida e transmitida por anos calcificando uma tradição que torna-se uma exigência refletida no mercado, que por sua vez impõe a estética padrões preestabelecidos como via de sensibilização ao consumismo exacerbado de produtos previamente fabricados para depredação corporal das mulheres até que se tornem “barbies”⁵.

Moldar, afinar, refazer, retirar, colocar... e assim por diante, cada milímetro do corpo seja por lipoaspirações, por ginásticas cada vez mais sofisticadas, ou por meios químicos através de medicamentos, suplementos ou da maneira mais simplista – via cosméticos.

“...ao não corresponder com a expectativa que lhes é colocada. A insatisfação leva a intervenções drásticas sobre o corpo, como as cirurgias plásticas, as mais variadas dietas,

⁵ Referencia a mulheres que plastificam-se até se parecerem com bonecas performáticas e perfeitas.

as diferentes ginásticas cada vez mais especializadas em modelar milimetricamente o corpo humano, além de ingestão de medicamentos e produtos químicos com essa finalidade.” (SILVA, 2001)

Pelo descontentamento consigo e com seu corpo homens e mulheres partem para a disputa de beleza mais feroz – ser o que sou e ser aceito socialmente por mim e pelos outros, esse é o desafio de uma nova felicidade comprável e barateada. O conflito pessoal desses indivíduos é hoje o grande gerador de mercado para a exploração capitalista, ou seja a indústria utiliza-se de magrinhos (que desejam ser fortes), de obesos (que adorariam ser magros), de mulheres desesperadas (que gostariam de ter ...

“ 1,79metro, 51 quilos, 57 de cintura e 89 de quadris... Mais do que números que definem a simetria de um corpo feminino, uma assinatura, um corpo marca registrada – Gisele Bündchen. Cânone da beleza in natura e do tipo exportação: jovem, esbelta, magra, lisa, milimétrica, que se completa exibindo seus dotes na moldura reta e alongada das passarelas cobertas pela mídia.” (SOARES e FRAGA, 2003 . p. 78)

e assim a revolução estética começa a deteriorar as mentes para alcançar seus objetivos consumistas. Ou seja, “ de certa forma , um corpo louvado pela excelência das simetrias depende, em grande parte, do processo de degradação dos “desengonçados” que sucumbiram (e ainda sucumbem) diante de suas mais cintilantes formas”. (SOARES e FRAGA, 2003. p. 78).

O principal problema entre tantos fatores é que esse consumismo todo não comporta todos os biótipos possíveis e existentes, portanto é geradora de discriminações e marginalizações sociais, desse modo que nem todos são aceitos nessa imensidão do prazer comprável. Então o que se pode dizer? Que o belo é o puro prazer de estar bem com si, e a estética é recriminadora e substancialmente mais uma criação de vendas e consumos perante uma sociedade marginalizadora e infeliz! A felicidade que se busca está em encaixar-se em tabelas de “peso corporal ideal” (GUEDES,s.d.) ou nos “modelos de referência” (McARDLE, KATCH & KATCH, 1986) padronizados através de pesquisas e divulgados pela mídia como sendo os melhores corpos transformando-se em conceitos de referência das tendências mundiais.

A busca da perfeição do corpo tem levado os indivíduos a uma nova forma de infelicidade. Necessita-se de uma exposição de forças sociais e culturais que

estão calçando padrões corporais inatingíveis, que serão causa de futuras frustrações pela incapacidade de atingir tais padrões. Ainda assim as indústrias da imagem continuarão a anunciar nas revistas novos corpos, para capitalizar novas inseguranças e favorecer o mercado reprodutor de produtos para beleza.

Segundo Melani (2002), a mídia, principalmente as propagandas, criam e conduzem a novas necessidades, se fazendo o oxigênio da indústria do capital em torno do corpo. Essa indução se torna evidente na busca pela felicidade através do corpo, o qual segue e obedece a lógica do sistema capitalista.

“ Não se trata de um corpo real, mas de modelos ao quais a realidade corporal deve se gastar. Este ajuste nunca é perfeito... tal diferença alimenta a necessidade de aproximação, movendo o indivíduo ao consumo de bens que prometem tornar o corpo ideal e o real próximos... (MELANI, 2002. p. 48),

assim pode-se perceber que os estereótipos geram um movimento para o belo através da mídia favorecendo as cirurgias plásticas e os muitos tratamentos de beleza, e por meio dessa pseudo-satisfação pessoal e da angústia gerada nos indivíduos que o mercado corporal se desenvolve.

2.1.5 Auto-afirmação e auto-estima, estigmas do belo

A insatisfação com a auto-imagem é o vínculo do sistema mercantil com a hegemonia do corpo feminino, com a globalização e a universalização das medidas antropométricas, criação de uma mulher genérica, a preocupação em não corresponder as expectativas movem mulheres na necessidade de modelar o corpo segundo os desejos públicos (sociais) e não por interesse privado. Para se sentir bem, fazer parte socialmente de um grupo conceituado de beleza todas estão dispostas a passar por diferentes ginásticas cada dia mais especializadas em modelar milímetros do corpo. Tudo para manter e emergir em função das aparências.

Para suprir o imaginário de todos a mulher passou e passa por transformações diárias, para assim poder manter-se feliz e com sua auto-estima completada, com isso

“... a produção da “nova mulher”: moderna, ágil, companheira, responsável, capaz de enfrentar desafios dos novos tempos. No entanto a representação constituída desta “nova mulher” traz poucas possibilidades de construção de um efetivo projeto de emancipação feminina na medida em que suas “conquistas” devem estar ajustadas a seus deveres.” (GOELLNER, 2003, p. 24)

E para esse molde de mulher acontecer muito foi exigido e sua principal meta passou a ser seu reconhecimento e sua auto-afirmação no mercado de trabalho, para si mesma e para a sociedade. Portanto a feminilidade acaba por transparecer na aparência que conquista um pedaço do espaço esperado. Para destacar-se e manter-se a mulher passa a utilizar os seguintes meios:

“A pratica esportiva, o cuidado com a aparência, o desnudamento do corpo e o uso de artifícios estéticos, por exemplo, são identificados como impulsionadores da modernização da mulher e da sua auto-afirmação na sociedade e, pelo seu contrario, como de natureza lugar que a aproxima do universo da desonra e da prostituição.” (GOELLNER, 2003, p. 23)

Essa inversão de valores tem a ver principalmente com a vinculação da imagem da mulher aos meios de comunicação, pois esses veículos ligam a imagem das mulheres bonitas ao sucesso financeiro, social e sexual, ou seja, os modelos a serem seguidos e amados.

Segundo Pope Jr, Phillips e Olivardia (2000) com tal perturbação midiática há uma necessidade de se buscar o inatingível mutável para conseguir manter a auto-estima, isso acaba criando uma nova forma de infelicidade capitalizando as inseguranças por meio de revistas e da industria de imagens que parecem estar cometendo um assassinato.

2.1.6 Caricaturas

FIGURA 01: Modelagem do Corpo



FIGURA 02: Caricatura da bela mulher



FIGURA 03: A simbologia sexual



FIGURA 04: O trabalho sem beleza aparente



FIGURA 05: A influencia da mídia**FIGURA 06: A velhice evitada****FIGURA 07: O desprezo pela gordura, o medo de ser assim...**

2.1.7 Moda

“Ela nasceu no ápice da modernidade novencentista como “sacerdotisa da mercadoria, prescrevendo o ritual segundo o qual a mercadoria – fetiche quer ser adorada”(Benjamin apud Rouanet 1993a: 25-26). Por isso mesmo, era na moda que a veemência da imaginação moderna encontrava seu refugio.” (SANTAELLA, 2004,pg116)

Assim começa a historia da moda, que transformou o corpo, nas grandes cidades, onde o olhar moderno aprendeu a desejar, o corpo enfeitado das mercadorias que foram sacralizadas pela publicidade, ficam expostas a cobiça por trás dos vidros reluzentes das vitrines. Proporcionando não apenas a venda de

uma moda mas também de um corpo. A moda explodiu juntamente com a explosão consumista da cultura de massas, tão transitória quanto passageira as imagens dos jornais e das revistas, tão quanto as imagens de cinema ou da publicidade televisiva. Ou seja, a moda se fez por meio da emergência da globalização e tornou-se símbolo efêmero, alucinógeno e teatral de um mundo contemporâneo e mutante.

Segundo Santaella a moda é a maneira perfeita de expressar um mundo de identidades incomensuráveis e fragmentadas, a qual oferece uma procissão dinâmica de signos flutuantes e trocas simbólicas, portanto há a possibilidade de afirmar que a perfeição reduz a moda a medidas e como consequência essa simbologia métrica reluz e reflete-se nos corpos ambíguos e desestabilizados da beleza contemporânea.

A onipresença da moda chegou a tal ponto que se pode afirmar que há moda onde quer que haja imaginação estética vestindo a fantasia da frivolidade sedutora, portando a percepção das revistas masculinas e imagens pornográficas em explorar o argumento com tanto fervor estético e paradoxalmente fetichizado. A paixão pelo artificial dá sustentação para a moda estética e também para a moda cirúrgica, ambas alicerçadas na baixa estima das mulheres designadas e formadas pela mídia intensa e de massa, onde “a moda ultrapassa ate mesmo os limites do mundo fashion, constituindo-se em tecnologia especifica de construção, sempre instável e fugaz, de eus ansiosos por meio da transfiguração das aparências do corpo, um corpo volátil...” (SANTAELLA, 2004, p. 118)

A moda se aprofunda quando se torna encenação do próprio corpo, quando este se transforma em meio da moda, ou seja, quando se estabelece uma relação de micro e macropoderes sobre o corpo, pois essa moda serve para simular ou dissimular as expressões e estratégias de um corpo afetado. E em meio aos discursos proeminentes existe a percepção métrica do amolduramento do corpo perante as criações da moda e da mídia, sendo subjugado aos extremos alienatórios do consumismo exacerbado do sistema, onde tudo torna-se mercadoria supérflua do marketing publicitário.

Tais situações, moda e mídia, proporcionam uma homogeneização na sua transposição como vestimentas, pois evidencia um padrão que longe de serem individuais, os corpos são socializados pelas roupas que vestem. E tais vestes são fortemente codificadas, antes de tudo, são formas de negociação social por trás das quais o corpo se apaga!

2.2 APARÊNCIA DESTRUIÇÃO:

2.2.1 (In)perfeição?

Antigamente,

“Desejava-se criar uma nova cultura própria ao corpo ágil, no mesmo período em que começavam a se alastrar imagens positivas em torno de corpos magros. O “mito do emagrecimento”, tal como sugere Vigarello (1978), foi-se compondo com imagens de leveza, agilidade, esbelteza, perfeitamente integrada ao mundo urbano” (SOARES e FRAGA, 2003, p. 80) ,

imagem essa, que alastrou-se pelo mundo, compondo um consenso da beleza ocidental favorecendo a relação de corrupção entre o sujeito e eu próprio corpo.

E apesar das muitas destroces estéticas as mulheres continuam a se favorecer de maneiras duvidosas para conseguir reverter os efeitos do tempo, restaurando subitamente as marcas, expostas em suas faces. Nas variedades da estética moderna baseada na melhora do corpo e na busca da qualidade de vida ou da beleza arquitetônica dos corpos esculturais midiados. A beleza da medicina performativa, constituída para criar soluções para todos os problemas e também para melhorar os tempos vividos, ou seja prolongar benefícios, recriar os novos e sucumbir as deficiências provenientes da idade.

A aparência tem-se tornado o mais alto cartão de visitas da maioria das pessoas e suas mudanças sutis de arquétipos transforma os destinos de quase todos.

A liberdade social esta a cada dia mais ligada ao sucesso profissional e pessoal do indivíduo, o que passa por um fator preponderante, como o sujeito

pode saber o que é satisfação se nas suas concepções intrínsecas ele sofre com a tradições banais de corpo adequado por suscetibilidade de modificações.

2.2.2 Busca frenética pela beleza

Todas as exigências mercadológicas impostas pelo capitalismo, que na questão estética se expõe da forma mais selvagem que pode ser até mesmo perigosa, dietas e serviços especializados são a onda fértil da padronização.

“A expansão da oferta e da procura das mais diferentes práticas corporais na atualidade; além disso, tem um grande mercado de academias de ginástica, clubes esportivos, medicamentos e produtos de beleza, os manuais de dieta e as intervenções terapêuticas e cirúrgicas que tem se expandido continuamente (SILVA, 2001, p.).”

As especializações não estão apenas nas cirurgias e medicamentos, mas em tudo, inclusive na ciência e na educação, pois os conhecimentos por esses produzidos são aliados ao poder da mídia e procriam os vermes ideológicos das doenças do culto ao corpo.

“Os conhecimentos científicos produzidos por essa área médica e que tem fundamentado e justificado uma série de intervenções sociais, como aquelas realizadas no interior das clínicas de estética, dos spas, das academias de práticas corporais e dos meios de comunicação de massa, especialmente, através dos programas de televisão especializados e dos inúmeros periódicos disponíveis no mercado nacional e internacional que tratam do corpo...(SILVA, 2001, p.)”

O que remete a mídia a maior responsabilidade criteriosa de manipular o desejo de felicidade e impor arquétipos e seus estereótipos a uma massa de consumo. A produção dos corpos continua ligada ao sistema vigente, e cada dia mais ela sucumbe a novos momentos de padronização hegemônica. Criando necessidades como instrumentos de satisfação, irá gerar novas necessidades impulsionando o capital. Assim a mídia transparece o seu papel de oxigênio do sistema, com isso e

“De alguma forma a compulsão..., se materializa na consecução de um corpo modelado, seja para ser desejado, comprado e invejado, seja para que se estruture como resultante do prazer masoquista da dor auto-infligida.” (VAZ, 2003, p. 68)

De acordo com novos padrões ser magro, não seria o suficiente para estar de acordo com a hegemonia, já que essa prega os valores da tecnociência e da sociedade de consumo. Vigentes então o consumismo de produtos e medicamentos que “maquiam” o bem estar aparente que ultrapassam barreiras de consultórios médicos, chegando as ruas como simples fatores de emagrecimento. O que pode acontecer ao contrario, pessoas consideravelmente obesas que medicam-se e empanturram-se para entrarem no peso mínimo exigido para a cirurgia de redução de estômago, e assim não ter mais preocupações com dietas e calorias. O que é necessário se levar em consideração são as conseqüências sociais e as frustrações corporais ocasionadas por essa imposição que apesar de se representarem fisicamente são de causa estritamente sociológica e psicológica.

Fica claro a participação das imagens veiculadas nacionalmente na modulação dos corpos e dos pensamentos das mulheres brasileiras que encaram sua marginalidade como fato normal e deixam-se comprar pelas promessas novas e fáceis de um corpo sinuoso e exuberante, apenas para ter a possibilidade de sonhar vaidosamente com sua ascensão ao grupo dos belos aparentes, perfeitos estéticos...

“Essa pedagogia de corpos retos desencadeia verdadeiras cruzadas pela busca do corpo jovem, pela manutenção, a qualquer preço (...), das peles lisas e das carnes firmes. A beleza é, então, compreendida como o resultado de um investimento pessoal (econômico) e é buscada em formas idealizadas e homogenizadas pelos clichês massificados. A passagem das idades deve ser ocultada e as experiências existenciais das transformações corporais substituídas pelo processo de cicatrização das cirurgias plásticas... Há um desejo desesperado por um corpo útil, firme e “belo” e, sobretudo, atemporal.” (SOARES e FRAGA, 2003, p. 87)

Com tal histeria ficar velho tornou-se o pesadelo da grande maioria de mulheres, que utilizam-se de produtos cosméticos caríssimos para reverter os efeitos do tempo e posteriormente recorrem a novas tecnologias como a aplicação de botox e as cirurgias redutoras de rugas, entre outras. Mas há uma condição para que esses fatores se desenvolvam pois, manter-se sempre em dia com as regras sociais tornou-se um dever, uma falsa necessidade para as mulheres que tentam e mantêm

“... os padrões convencionais que se multiplicam na sociedade de consumo, porque cumprem a função de reproduzir o *status quo* sem questionamento. Sob o

estatuto da irreflexão, o corpo continua fragmentado e aprisionado na cela da mercadoria." (MELANI, 2002,pg 52).

Assim reproduzindo os discursos que permeiam a sociedade e realizando ações impensadas que refletem a venda, não apenas da tecnociência dos corpos, mas também de todos os corpos ambulantes que estão armados, compostos por mercadorias plásticas que reluzem aos olhos dos espectadores anestesiados.

2.3 DISCIPLINA E CONTROLE

2.3.1 Foucault e colaborações

Por muito tempo o corpo tem sido invadido, investigado, analisado, falado e resignificado por inúmeras instâncias sociais. Os discursos proliferados por estas diversas instâncias apresentam diversos impactos sobre os corpos das pessoas. Corpo, este, que é tratado como objeto de consumo, constantemente construído e reconstruído por inúmeros discursos que se proliferam na sociedade, adquirindo desta forma uma certa materialidade. Que nas palavras de Michel Foucault, são as produções de relações de poder que geram inúmeras divisões sociais. A inserção do corpo nesta rede de saber estabelece novas relações de poder, formando desta maneira a celebre afirmação foucaultiana da relação entre saber-poder. O poder nesta perspectiva trabalhada por Foucault funciona como um organizador de sistemas de classificação, fazendo que cada sujeito ocupe seus devidos lugares nas representações que estão postas.

Tais relações de poder estão relacionadas com a produção de determinados saberes sobre o corpo e mecanismos que gerem diretamente sobre eles, produzindo desta maneira identidades culturais muito próprias e peculiares. Portanto, o corpo é alvo de inúmeras marcas e signos sociais, que tem como principal intuito classificar, agrupar, ordenar e diferenciar os indivíduos.

2.3.2 (En)carceramento do corpo e da alma

Há uma falsa necessidade de felicidade que fere e motiva as mudanças corporais e sociais, como se fosse da individualidade do ser que nasce a divisão e o holocausto da beleza. Parece que recorrer a feiura como algo a ser curado, uma doença, é a maneira mais fácil de exaltação da beleza, assim como em Goellner (2003, p. 33) a "...beleza não é um atributo natural das mulheres, mas feito de uma conquista que se viabiliza mediante um esforço individual." Como explicita, a beleza faz parte de uma disciplina ferrenha, que constrói um corpo apto aos interesses sociais, e que só é feio porque deseja, acarretando em uma culpa individual e doente.

Dessa forma a conquista deste corpo belo e saudável passa a ser entendido como um objetivo individual a ser atingido por meio de exercícios de autocontrole, envolvendo um grande sacrifício e disciplina⁶ corporal. Tudo de acordo com a nova sociedade do trabalho industrial que surgia. Outro ponto que merece ser destacado é que toda esta disciplinarização é justificada pela utilização de inúmeros discursos científicos pautados principalmente numa matriz científica positivista.

E assim na busca da infamada felicidade pretende-se dominar o corpo, disciplinando-o e renunciando a gratificação imediata de suas pulsões, criando muitas vezes uma relação perversa, como sustenta Vaz (2003), onde esse controle corporal acaba por ser patogênico e cruel levando consigo os tributos da felicidade almejada.

Isso acontece freqüentemente, já que, vive-se em uma sociedade disciplinar que para Araújo (2001, p.70), é "...imenso cárcere destinado a excluir, punir, separar ilegalidades, conhecer o indivíduo que foge as normas, isolar o delinqüente." Assim pode-se remeter aos delinqüentes da beleza, que não possuem corpos padronizados, formatados segundo os desejos sociais e morais e ate mesmo mercadológicos, principalmente quando se trata das mulheres que são espelhos vivos da beleza frígida e linear do consumismo.

⁶ Mais detalhes sobre o termo disciplina conferir o estudo de Michel Foucault (2002), denominado "*Vigiar e Punir*".

2.3.3 Vigilância parcial e controlada

“Segunda metade do século XVIII? O soldado tornou-se algo que se fabrica; de uma massa uniforme, de um corpo inapto, fez-se maquina de que se precisa; corrigiram-se aos poucos as posturas; lentamente uma coação calculada percorre cada parte do corpo, se assenhoreia dele, dobra o conjunto, torna-o perpetuamente disponível, e se prolonga, em silencio, no automatismo dos hábitos; em resumo, foi “expulso o camponês” e lhe foi dada a “fisionomia de soldado”.” (FOUCAULT, 1987, p. 117)

Tal referencia é aplicada atualmente, ao invés de soldados temos homens e mulheres, que marcham pela conservancia do corpos retos e saudáveis, prontos para uma batalha social – a beleza extenuante dos outdoors e revistas. A exemplo do corpo dos soldados temos o corpo atual, totalmente moldado e fotográfico aos olhos do espectador. Corpo que segundo Foucault (1987, p. 117) foi descoberto quanto objeto e tornou-se alvo de poder, pois se manipula, se modela, se treina, que obedece e responde, ou seja uma maquina que se torna hábil segundo as forcas que se multiplicam.

A partir dos conjuntos militares e escolares reproduzem-se os métodos de formatação dos corpos que são usados ate hoje, como em “Homem – Maquina” de La Meteu, citado por Foucault (1987, p.118), o corpo tornou-se uma redução materialista, adestrado e dócil que pode ser manipulável, transformado e aperfeiçoado segundo a sua melhor utilização; com tal visão corporal é possível afirmar que tal corpo é moda, pois está preso aos poderes apertados que lhe impõem todas as limitações, as proibições e obrigações.

Esse corpo – moda chegou a tal patamar graças as visões objetivistas do corpo, as disciplinas e as dominações a que sofreu durante o tempo e o espaço. A ginastica foi um dos métodos mais eficientes e servis dessa disciplinarização, pois criou um mecanismo útil as coerções e as políticas de trabalho sobre esse corpo, onde há uma manipulação calculada de seus elementos, de seus gestos e comportamentos.

Para Foucault (1987, p. 119) “ a disciplina fabrica assim corpos submissos e exercitados, corpos “dóceis”. A disciplina aumenta as forças do corpo (em termos econômicos de utilidade) e diminui essas mesmas forças (em termos políticos de

obediência). Ou seja, cria-se uma seqüência de exercícios que distraiam a mente e fortalecem o corpo, fazendo com que o indivíduo preocupe-se menos com as questões políticas e mais com questões individuais. Portanto cria-se força e docilidade de um elo coercivo entre uma aptidão aumentada é uma dominação acentuada.

Tal passividade e subserviência, geraram uma nova formação de valores, baseada numa aceitação popular dos conceitos sociais aristocráticos e burgueses. Adotando assim um padrão burguês de beleza. A chamada “beleza burguesa” ou “mulher burguesa” reflete na delicadeza das mulheres que vivem para a família, mas com a força intelectual e moral de uma aristocrata. O molde para tais fins não se deu meramente por atuações históricas, mas também por situações sociais.

2.4 MÉTODOS: EXERCÍCIO FÍSICO OU CIRURGIA PLÁSTICA

2. 4.1 Desvio de preferências e facilidades

A necessidade criada pelos discursos sociais sobre o corpo feminino geram uma busca pelos melhores e mais eficazes métodos de perda, redução e melhora urgente do corpo. Fazer bonito é o intuito, e para isso as alternativas são muitas.“ a ginastica e musculação são, por excelência, os templos contemporâneos de celebração do domínio e do sacrifício do corpo.” (VAZ, 2003, p. 66)

Com tudo esses templos de malhação já estão massificados, pautados para a saúde os tratamentos e movimentos das academias demoram muito para as modulações estéticas. A cada dia um novo corpo, uma nova exigência... claro que a maioria do público feminino que freqüentam as academias tem por excelência a melhora estética. As falas retratam a realidade estampada nas revistas, como em. Época de novembro de 2003: “ Senti diferenças nas pernas e no bumbum logo nos primeiros dois meses” ,ou então, “ Saio cansada, sinto que estou trabalhando o corpo todo”. Esses depoimentos retratam a necessidade de se estar bem fisicamente, para estar mais satisfeito consigo e mesmo perante a sociedade.

Nesse meio “ Celulite, estrias, rugas, “gordurinhas sobrando” integram o conjunto das “desordens orgânicas” contemporâneas, elas são alvo de um intenso investimento da indústria de cosméticos e do fitness, na busca dos mais sofisticados artefatos de eliminação de excessos. Essa “tirania do detalhe anatômico” esta acentada sobre uma história muito mais sofrida...” (SOARES e FRAGA, 2003, pg78) história essa que esta longe de ter um fim.

As mudanças bruscas dos moldes esta deixando a linha do fitness e dos cosméticos para parcelar pequenas cirurgias como a implantação de silicone, correções faciais, levantamento de glúteo, aumento da panturrilha, lipoaspiração, entre muitas outras. A facilidade e o crescimento das opções são a representação das demandas do mercado regido e alterado por discursos vinculados ou veiculados pela mídia e suas imagens.

2.4.2 Mercado(logia) de corpos banais

A busca frenética pela beleza tornou-se a via de encontro com a felicidade, comprável de muitas mercadorias que se desenvolvem a partir da pseudo-satisfação e da angustia feminina. Mulheres olham-se no espelho e buscam o reflexo das imagens que vêem diariamente na revistas, outdoors, televisão e outros.

“ Afinal, as imagens não são apenas observadas por novos olhos. Elas invadem nossos sentidos e deixam marcas em nossos corpos.” (GOELLNER, 2003, p. 30) compondo uma espécie de necessidade de reproduzir as belezas vistas para assim também ser vista.

Isso tudo compõe um mercado logístico de marcas e curvas que esquadrinha o corpo e usa da cobiça por partes mais suculentas e vistosas para vender e banalizar totalmente a figura feminina. Enxertos, próteses e muitos mais movimentam o comércio dos objetos independentes, vendidos e “remasterizados” segundo o desejo do cliente, deixando assim a mulher mais perto das imagens midiáticas.

Todas as modificações tem ligação real com a mídia, pois “ essas imagens tem grande proximidade com a pornografia, que promete a satisfação pulsional que sabe não poder cumprir. Com a pornografia, o esporte e o embelezamento performático que se exige em cada banca de revista ou a beira-mar guardam grande afinidade técnica. Baseiam-se, todos, freqüentemente, no excesso, no desempenho, na redundância, na representação, na mutilação e na dor.” (VAZ, 2003, p. 71) com isso a mercadoria corpo obedece a lógica do sistema, mesmo que para isso o sujeito tenha que submeter-se as mais bárbaras transformações e agressões físicas e psicológicas. Pois o corpo que é desejado

“ Não se trata de um corpo real, mas de modelos aos quais a realidade corporal deve se gastar. Este ajuste nunca é perfeito ... tal diferença alimenta a necessidade de aproximação, movendo o indivíduo ao consumo de bens que prometem tornar o corpo ideal e o real próximos ...” (MELANI, 2002, p. 48)

Segundo Vaz(2003), o processo de racionalização do corpo tem como desdobramento necessário a sua reificação, sua transformação em objeto manipulável, operável, medido, programado para a satisfação social e performativa exigida. Assim como está exposto na revista Carta Capital (2003) “os parâmetros de como se deve ser e de como se deve viver estão exibidos escancaradamente nas revistas especializadas, onde a palavra privacidade é quase ofensiva e a descrição, um acinte... mulheres, reduzidas a suculentos pedaços de carne a ser exibidos.”

Em páginas e mais páginas de diversas revistas e durante muitas décadas pode-se verificar a presença dos discursos e das imagens que exibem aos olhos do leitor e da leitora (principalmente) regras, cânones e ideais de perfeição corporal. Assim como na Revista Educação Physica de 1930, estudada por Goellner, até as atuais revistas como a Nova, ou a Boa Forma. Todas exemplos reais da manipulação discreta e diretiva do conceito de beleza feminina.

O que impressiona é a retinidade dos “corpos reais que vão se conformando, desejosos dessa conformação, por meios de técnicas físicas de subjugação” (MELANI, 2002, p. 50) expondo-se as mais diversas drogas, aparatos, medicamentos e dietas, compreendendo a expansão da tortura em

nome de um bem maior, mesmo que isso custe a degradação do organismo humano.

2.4.3 Compra e venda

A loucura de se ter corpos esculturais e compenetrantes tem favorecido e composto um poder irracional na formulação de novos produtos, moda... com isso o dinheiro movimentado tem gerado altos índices de lucro, movendo a verdadeira indústria do corpo plastificado. As armas da mídia são compenetradas em vender algo novo a cada dia, assim compondo novos mecanismos controladores. Segundo Lacerda (2001), tais micropoderes (banalidades que geram corpos fúteis) sustentam os macropoderes (a indústria estética e o capitalismo), ou seja, se torturar pela beleza que não se tem é o que suporta a indústria de cosméticos e também a medicina estética – criando um ciclo vicioso. A partir de tal disciplinarização as atitudes e comportamentos femininos são redefinidos de acordo com a oferta de serviços, produtos, trabalho e divertimento, ou seja, as mulheres ficam regidas pelo sistema mercantil.

O exemplo claro disso é o crescimento de academias e clínicas especializadas em moldes corporais, suprimindo a idolatria do mercado.

“ Muitas clínicas como a Dicorp, com sete unidades no Rio, em São Paulo e Curitiba, e a Kyron, endereço dos famosos e poderosos de São Paulo, oferecem pacotes que unem vários procedimentos. O da Kyron, por exemplo, conjuga endermologia, drenagem linfática, liporredução – aplicação de substâncias com aparelhos – e thermojet, com radiação infravermelha. O preço de um corpinho preparado para o verão: R\$ 1.884.” (EPOCA, 2003, p. 107),

com dinheiro no bolso e nenhuma disposição cansativa, qualquer mulher pode alcançar os objetivos épicos da beleza ocidental, explícita nos corpos esculturais de modelos e atrizes.

“ São, de fato, as representações nas mídias e publicidade que tem o mais profundo efeito sobre as experiências do corpo. São elas que nos levam a imaginar, a diagramar, a fantasiar determinadas existências corporais, nas formas de sonhar e de desejar que propõem.” (SANTAELLA, 2004, pg126)

“ Embora esse mercado de produção de corpos, de acordo com os preceitos imperantes da moda e do sexo, aparentemente muito se assemelhe a produção de mercadorias de luxo, há as outras sutilezas que precisam ser evidenciadas. O que essas imagens configuram é aquilo que Baudrillard (1996:145) chama de “fascínio auto-erótico, o da mulher-objeto que se olha e, com os grandes olhos abertos, volta a fecha-los sobre si

mesmas." Trata-se do auge da perfeição e da perversão. é o ponto culminante de todo o sistema sexual " que deseja que a mulher nunca seja tão plenamente ela mesma, e, portanto, tão sedutora, quanto a partir do momento em que aceita primeiro agradar-se, deliciar-se, de não ter nenhum desejo nem transcendência além dos de sua própria imagem." A mulher é, assim, separada viva de si mesma e do seu corpo, convertido em material comutável de exposição e exibição sob o signo da beleza, da sedução e do princípio paradisíaco do prazer." (SANTAELLA, 2004, pg130)

A partir do desejo de ser aceita a mulher abre mão de seus direitos femininos e condensa-se a ser apenas mais um corpo social, imbuído dos significados impostos a ela e sem ter uma ação real em seu meio, como se apenas sua aparência existisse, como se sua essência tivesse sido arrancada de si mesma por um sopro violento desde o momento em que veio ao mundo. Sua formação toda baseada na cultura em que esta inserida propõe a ela mãos de vias opostas que definem exatamente qual será sua representação social. No meio da encruzilhada a escolha se torna única: ser aceita, bonita, feliz... relevando assim sua sedução natural e sua cautela, dispondo-se para degradar-se física e psicologicamente e também para viver no mito da (in)felicidade.

No Brasil tal situação é agravante por demais pois, segundo a revista Carta Capital de 2003 " O Brasil ocupa um significativo lugar na venda de cosméticos e é referência em matéria de cirurgias plásticas: cirurgias diversas se anunciam nos mais diferentes tipos de revistas, trazendo via módicas prestações, beleza e juventude ao alcance de todos." Tal fator política e economicamente não é preocupante, pois há uma geração de demandas desses produtos que comovem os bolsos de milionários industriais do mercado estético.

Mas e a mulher, após tantas aulas de ginástica, horas de musculação, muitos cosméticos... prancha no cabelo, manicure, depilações dolorosas... inúmeras aplicações de botox e depois de algumas plásticas no rosto e no abdome, além de uma lipoescultura e um implante de silicone nos seios. Bom! Será? Quem se tornou? A que veio? O que fez? Apenas preocupou-se em ser bonita, que no fim de tudo nem mesmo a reconheceu, pois tal mulher tornou-se mais uma perdida e escandalosa mercadoria composta por "um conjunto de técnicas, procedimentos, níveis de aplicação, é uma "física" ou uma "anatomia" do poder, uma tecnologia." (ARAUJO, 2001,pg 71), ou seja qualquer coisa, menos uma mulher.

Um favorecedor nesse sentido é a mídia que, apesar de radiografar todas as partes do corpo da mulher, expondo-o cruamente, paradoxalmente aleija o feminino.

2.5 IMAGINÁRIO SOCIAL

2.5.1 Masculino como determinante do estereotipo feminino

A instituição de signos faz parte da construção da cultura de uma determinada região. Tais símbolos compõem uma formação arquetípica, que na tribo em questão deve ser seguido sem questionamentos. Para que os signos tenham força e sobrevivam eles precisam pertencer ao sistema de códigos de um lugar, compondo uma tradição. No Brasil podemos salientar a antiga preferência por mulheres com quadris largos e cabelos loiros, como se pode constatar nas paginas da revista Carta Capital:

“ Destaca-se o culto visual ao que se convencionou chamar de “preferencia nacional”. Forma de adoração pagã mantida por fieis brasileiros. Não se percebeu naquele momento que o culto a um ponto de foco do corpo feminino acabaria por gera um símbolo nacional tão poderoso, quase insuperável. Ainda que agora o silicone em quantidades industriais esteja a levar outro ponto de foco a uma disputa corpo a corpo em corações e mentes. Coisas da globalização.” (2003, p. 12)

Apesar da passagem do tempo, ainda se destacam nos moldes sociais as normatizações antigas citadas pelos homens, pois as mulheres refletem-se nos conceitos masculinos para agir e portar-se socialmente. “Já que o lado das mulheres, estruturalmente, é através do olhar masculino que elas se reconhecem e ai elas sempre supõe que só poderão ser amadas se corresponderem ao ideal de beleza desse outro olhar.” (CARTA CAPITAL, 2003, p.19) que propõe um desejo e uma simbologia nova a mais a cada dia.

“Atributos estes originados do discurso e do desejo masculino porque, geralmente, são homens que escreve e ilustram suas paginas. São eles que atribuem mais ou menos voz a fala das mulheres, através de temas que envolvem questões como padrões estéticos, qualidades que definem a feminilidade, cuidados com a saúde reprodutiva, vestuário (...). São eles também, que mostram o corpo feminino (...). enfim, o que deste corpo deve ser relação e o que deve ser escondido” (GOELLNER, 2003, p. 28-29)

Assim, o imaginário masculino define e detalha os comportamentos e atitudes da mulher, fazendo com que seus desejos sejam moldados de acordo com tal imaginário, gerando a necessidade de ser e pertencer para alcançar a felicidade, tão almejada e sonhada pelas mulheres desde os contos da Cinderela.

“No espaço onde se mostram as mulheres são sujeitos do discurso das imagens e de uma estética que busca generalizar traços e percepções a partir de um olhar que expõe o seu corpo, tornando-o objeto de desejo ao mesmo tempo que reprime esse desejo que colaborou para despertar.” (GOELLNER, 2003, p. 29)

O discurso mencionado acima é efetivo das revistas masculinas e em imagens de nus, já que tais imagens incitam a busca pela beleza e ao mesmo tempo reprimem moralmente por uma exposição exagerada do corpo feminino. As representações dominantes de beleza são reforçadas pelos limites e contornos ditados pelos visuais de tais revistas. Portanto a mulher se torna alvo da sociedade, mas alvo de si mesma e sua **sociedade interna**⁷ onde a mulher se responsabiliza “pela sua aparência física, a mulher é instigada a participar do universo das práticas corporais empenhando esforços não só para beneficiar seu estado de saúde como também para ser reconhecida e aprovada pelo olhar masculino, um olhar que a submete ao imperativo da sedução, isto é, a um discurso cuja sustentação fundamenta-se na associação da aparência feminina como sinônimo de beleza física e jovialidade.” (GOELLNER, 2003, p. 29) Assim conforme aponta Freud (2000), o superego⁸ é o agente funcional imperialista do universo feminino e principalmente o formador de seu corpo. Existe a construção de um superego coletivo, controlador que produz novas formas de subjetividade, que passam despercebidas por serem consideradas normais.

2.5.2 Corpo reações

“Os corpos jovens, esbeltos, longilíneos, altos, saudáveis e ativos de hoje são aqueles que há muito tempo encarnaram a retidão. A aparência externa tornou-se uma pregação subjetiva mais profunda, que potencializa o sujeito a exterminar em si mesmo todo o tipo de desvio que o desalinha física e moralmente. (...) Ceras quentes para arrancar pelos,

⁷ Entenda-se sociedade interna, como um auto regulador, onde não há mais a necessidade de um meio social para impor a mulher seus deveres.

⁸ Segundo Freud (2000), o superego é regido principalmente pelo processo civilizatório. Neste caso especial passa regular os desejos do ego para o prazer de um forma geral.

aplicações de hormônio hGH, aparelhos ortodônticos compõem o instrumental corretivo contemporâneo destinado a dar aos corpos uma aparência “naturalmente” reta – um corpo *in natura*.” (SOARES e FRAGA, 2003, p. 87)

As reações do corpo as imposições são reacionárias, segue-se o que a mídia ou o imaginário masculino determina. Assim a contemporaneidade fica muito longe de existir, ela (co)existe com as definições da antiguidade grega, que nega os direitos de ser feminina, por apenas ser mulher. Com tal situação o corpo feminino fica exposto e contente enquanto contempla as evoluções da tecnociência na área estética. os sorrisos são repletos para novas maneiras de se ficar mais nova ou com menos gordurinhas ou celulites.

Os depoimentos da mídia demonstram com consistência a representação da mulher compacta, feita por medicamentos e tratamentos. Temos como exemplo partes de entrevistas e matérias das revistas Carta Capital (2003) e Época (2003):

“Fiz tratamento estético, mesoterapia, injeções, massagem linfática e eletroporese para ficar em forma, já que não dava tempo de fazer uma lipoaspiração. Helo fala de seus tratamentos estéticos com naturalidade de quem vive no segundo lugar no ranking mundial de cirurgia plástica.”(CARTA CAPITAL, pg12)

“nada apavora mais uma mulher do que colocar o biquíni e ver a pele com aquele aspecto de casca de laranja.” (EPOCA, p. 106)

assim mulheres esperam aquele milagre de perder a barriguinha, acabar com a celulite, aniquilar o culote e ficar com tudo em cima para arrasa na praia ou na piscina e quem não se contenta em emagrecer e quer esculpir o corpo deve seguir um programa que conjugue atividades aeróbias com musculação, isso se não apelar para as cirurgias de finais de semana, ou as correções diárias... mas se a crítica é praticamente consensual, porque não se identificam no país movimentos amplos de repúdio ao que se poderia chamar de vulgarização da imagem da mulher?

3. METODOLOGIA:

Esta pesquisa se compõem de forma descritiva, com investigações de opinião e motivação, a partir do método científico Hipotético – dedutivo, no qual pretende-se falsear as intenções durante o processo e não simplesmente, manipular os resultados a favor de confirmar o estudo.

Considera-se como objeto da pesquisa a verificação da imposição social como influenciador na construção do corpo, através da cultura e seus estereótipos, tendo como referência a utilização das imagens vinculadas a mídia.

Para determinar a influência dessas modificações entre as mulheres propõem-se como procedimentos: leitura da bibliografia indicada, o fichamento das obras e textos, a elaboração da revisão de literatura e a pesquisa de campo.

3.1 SUJEITOS

A realização da pesquisa se deu com 25 estudantes universitárias, de 19 a 24 anos, do curso de Educação Física da UFPR.

Tais sujeitos da pesquisa foram escolhidos aleatoriamente, respeitando a variável idade, para compor o grupo adequadamente.

3.2 INSTRUMENTOS

A utilização de um questionário aberto, com questões simples e de fácil compreensão, previamente elaborado e validado pelos professores do Departamento de Educação Física da UFPR, 05 fotos de mulheres despidas de revistas masculinas ou similares dos anos de 2003 – 2004, além de 04 fotos de mulheres representantes da beleza feminina e evidenciadas na mídia, todas atrizes populares.

3.3 PROCEDIMENTOS

Todas as seleções da pesquisa, das fotos até os sujeitos participantes, foram aleatórias e inerentes ao tema pesquisado. As imagens foram retiradas da internet no período de maio de 2004 a julho de 2004.

A metodologia consiste na aplicação do questionário (ver anexo 01), que é composto por sete questões abertas referentes ao corpo feminino e ao imaginário social e na avaliação das fotos de mulheres que estão freqüentemente expostas na mídia. O questionário está dividido em duas partes: Avaliação de Opinião e Avaliação da Repercussão das Fotos. Permeado pela exposição das fotos de modelos nuas e vestidas em um processo intercalado (1 nua, 1 vestida... assim sucessivamente).

- **Fase 1: AVALIAÇÃO DE OPINIÃO**

O sujeito recebe a primeira parte do questionário, composta por quatro perguntas que o remetem a respondê-las com seus conceitos básicos do dia-a-dia. Tal avaliação permite perceber qual o ideal de corpo presente e vigente para esse sujeito em específico e como ele vê a exposição do corpo feminino na mídia.

- **Fase 2: EXPOSIÇÃO DAS FOTOS**

Foi composto um livro com oito fotos (ver anexo 02): cinco de mulheres despidas e quatro de mulheres que estão na mídia, mas não pousaram para as revistas masculinas. A disposição das fotos foi de forma intercalada. Neste momento também houve uma observação por parte dos aplicantes do questionário em relação às posturas tomadas pelos sujeitos em relação ao objeto.

- **Fase 3: AVALIAÇÃO DA REPERCUSSÃO DAS FOTOS**

A segunda parte do questionário, onde as questões estão diretamente ligadas às fotos. Todas as perguntas são permeadas pela demonstração do livro de fotos e o sujeito estará reavaliando suas respostas anteriores e expressando seus conceitos de corpo perante a nova situação.

A aplicação do questionário foi feita de forma individual e isolada, controlando assim as variáveis, sem interferência de opiniões alheias a do sujeito que responde ao questionário.

3.4 VERIFICAÇÃO DOS RESULTADOS

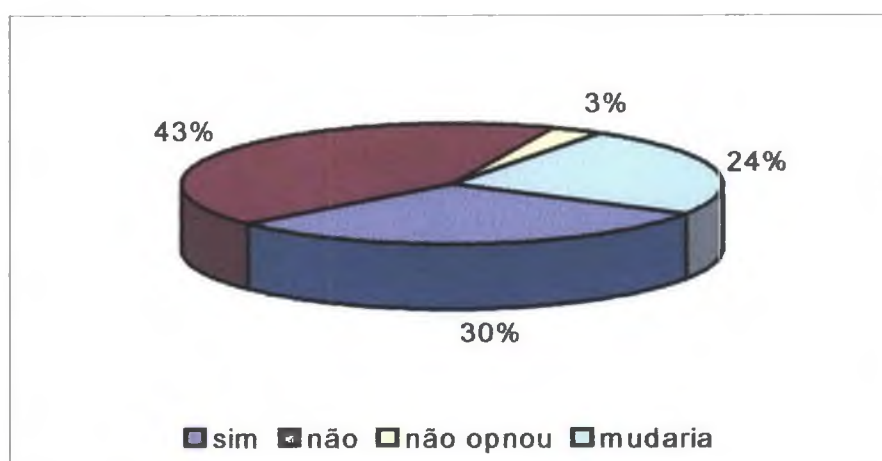
Um levantamento dos dados adquiridos através do questionário, verificação e confrontamento dos resultados obtidos com as fotos e com a revisão de literatura mencionada. Consta em um agrupamento de respostas de análise subjetiva e baseada nos conceitos trabalhados por autores que tratam sobre o corpo. Faz parte, também, da discussão depoimentos retirados dos questionários que transparecem os conceitos de corpo e a dualidade entre a sexualidade e a moral.

4. RESULTADOS

A avaliação dos dados foi feita a partir do questionário e das fotos, a média de idade das mulheres foi de 20,5 em um total de 25 sujeitos na amostragem. A representatividade da pequena amostra superou as expectativas e demonstra grandes avanços perante as questões do corpo. As respostas deixam claro as intenções da pesquisa e não surpreendem em nada as expectativas.

Na avaliação da primeira questão sobre o corpo: "Como você vê seu corpo?", as respostas não variaram muito sendo a maioria delas dúbias, onde o individuo considera seu corpo satisfatório, mas mesmo assim reconhece que "uma malhação ajudaria". A partir das respostas dessa questão pode-se observar que 40% das mulheres responderam que gostam de seu corpo e que 56% não gostam ou demonstram um certo rancor. De todos os questionários fica claro em 32% de todas as respostas a necessidade de mudança, sendo ela necessária ou não.

GRAFICO 02: Gosto do meu corpo?



Na questão dois, a pergunta era sobre o que a mulher considera de belo em um corpo feminino. A descrição da beleza devia ser referenciada com partes do corpo ou qualidades femininas, assim podem-se perceber os resultados abaixo em ordem decrescente de valor e beleza, citados pelos sujeitos.

TABELA 01: Avaliação do que é considerado belo

Descrição da beleza	%
Corpo proporcional	16,00
"Mulher Burguesa" ⁹	10,66
"Bunda durinha"	9,33
"Perna durinha"	9,33
Cintura fina	8,00
Saudável	8,00
Sem presença de barriga saliente	8,00
Braço definido	6,66
Mulher magra	4,00
Abdômen definido	2,66
Coxa grossa	2,66
Quadril largo	2,66
Seios fartos	2,66
Seios médios	2,66
Colo bonito	1,33
Mulher alta	1,33
Mulher com altura mediana	1,33
Postura reta	1,33

Pode-se perceber que as modelagens de beleza exaltadas pelas mulheres são as mesmas idolatradas pelo imaginário masculino, ou então as belezas retratadas por um *status* social eminente e proliferador – a burguesia.

Apesar dos discursos moralistas e escorregadios as mulheres demonstraram a formatação de seus corpos e de seus desejos. Além das

⁹ "Mulher Burguesa" considerada a beleza delicada e sem exageros desde o novo momento vivido mundialmente, onde a burguesia passou a determinar os conceitos sociais.

menções machistas que, no cotidiano, se escondem pode-se presenciar exemplos clássicos da ordem social como: bunda e perna durinha, cintura fina.

Outro fator que merece atenção é a presença da palavra saudável, a qual representa as máscaras utilizadas a fim de proliferar um consumo desenfreado de produtos para “saúde” e beleza, ou seja, um discurso reproduzido por mulheres que fortalece profundamente as bases industriais do sistema.

Já que o sustentado por este trabalho monográfico é a construção cultural de um corpo feminino que está socialmente imbuído de significados e sendo influenciado por um contexto midiático, portanto tal domínio não poderia ser esquecido por esta pesquisa, para uma avaliação de tal influência a pergunta três foi incluída ao questionário. Trata-se de: qual a sua opinião sobre o uso da imagem do corpo feminino na mídia? As respostas a esta questão não foram muito amplas concentrando-se nos focos de exploração e lucro com as imagens. As opiniões mais apresentadas foram:

- 25%, exploração da imagem mulher objeto;
- 20,45% há uma padronização da beleza feminina;
- 18,18%, a utilização da imagem da mulher com fatores de apelação sexual;
- 13,64%, como armas de venda de produtos ou mercadorias, visando o lucro, subsidiando novos arquétipos de (in)felicidade;
- 4,55% indicam uma desvalorização emergente da mulher, no meio social;
- 2,27% mencionam que as imagens vinculadas a mídia são artificiais;

Segundo Baudrillard (1991), o que se consome faz parte da intimidade do que está sendo mostrado e mais quem não faz parte de tal consumismo exacerbado acabada por ficar de lado, pois se não há consumo não há cidadania e muito menos integração social.

Dentre as opiniões apresentou-se as questões ligadas a falta de outros recursos na elaboração de propagandas e programas televisivos, que utilizam-se dessas imagens de maneira errônea. No total 15,91% dos sujeitos indicaram esse tipo de situação perante a mídia.

Na mesma linha de discussão perguntou-se qual o conceito sobre as imagens vinculadas pela mídia, e percebe-se um reforço perante as opiniões anteriormente citadas, como:

- a questão da mulher objeto;
- a referência a padronização do corpo;
- a confluência de opiniões sobre a utilização da mulher como apelo sexual;
- a incidência de questões mercadológicas como os lucros e a artificialidade;

Ainda foram mencionados outros fatores já citados anteriormente como: a desvalorização feminina e o bombardeio de propagandas exploratórias do corpo feminino, entre outros. As opiniões demonstram claramente que as mulheres compõem um grupo consciente de sua situação social, mas um grupo igualmente conformado em apenas fazer listas e não necessariamente em mudar de postura perante toda a “exploração”.

Após a pesquisa pessoal sobre os conceitos de corpo, mostrou-se as fotos, de mulheres que estão na mídia, intercaladas entre “mulheres moralmente bem conceituadas”¹⁰ e “mulheres que seriam consideradas um tanto quanto despudoradas”¹¹. A análise desses conceitos ficou a cargo dos sujeitos e das indignações apresentadas perante o livro de fotos. As menções mais comuns foram: “como posso analisar essas fotos, elas são horríveis!” ou ainda “por que não homens, mulheres são tão nojentas...” ou então a simples expressão de um Ih! Perguntou-se as participantes da pesquisa se tais fotos mudaram seus conceitos sobre corpo e numa maioria esmagadora de 100%, a resposta foi não. Como pode-se verificar nas inserções abaixo, retiradas dos questionários.

“o meu conceito de corpo continua o mesmo e o que eu acho sobre a exposição feminina também. Não mudou nada.”

¹⁰ Mulheres que estejam de acordo com a moral e bons costumes, pregados pela sociedade e pela religião. As mulheres não expõem-se de maneira explícita.

¹¹ Referencia as mulheres que expõem-se sem vergonhas em meios de comunicação.

“acredito que nada, continuo achando a imagem da maioria das atrizes e modelos usada de forma exagerada.”

“em nada, a opinião continua a mesma.”

A não mudança de opinião já era esperada, mas a moral representada superou as expectativas da pesquisa. Em processo de civilização e independência feminina, era de se esperar mulheres mais livres de preconceitos e conceitos moralmente construídos, mas os fatos nos mostram o contrário. A maioria das mulheres se pôs de maneira defensiva perante as fotos e questões sobre as imagens. Percebe-se um certo medo de identificar-se com as imagens “impuras”, como se fosse uma contaminação indesejada.

Com isso formulamos o ranking das belezas, baseadas nas fotos das mulheres que foram disponibilizadas, os sujeitos escolheram com base nos critérios próprios de beleza as mais belas mulheres.

TABELA 02: Avaliação e classificação do “Livro de Fotos”

RANKING DE BELEZA			
Class.	Beleza	Quadro de Pontuação	Soma
1	M. F. C. ¹²	0,0,7,8,8,7,0,7,7,8,8,7,8,7,7,5,8,8,8,7,8,8,8,7.	164
2	A P A	0,2,8,7,7,5,6,8,6,7,7,2,4,8,8,6,5,7,7,8,7,7,7,6.	152
3	A H.	0,1,6,6,6,3,7,6,3,6,6,6,5,3,5,7,6,6,6,6,6,6,5,4.	127
4	M.M.	0,8,5,5,5,6,8,5,4,3,5,0,6,4,6,8,7,2,4,4,5,5,5,6,5.	121
5	J Paes	0,7,4,3,3,8,4,0,8,5,0,8,7,6,2,4,3,4,5,5,3,4,2,4,8.	107
6	D. W.	0,5,3,4,4,4,5,4,2,2,0,1,0,2,1,2,2,3,0,2,4,3,4,3,2.	62
7	D.S.	0,3,2,1,2,1,3,3,5,4,0,5,1,1,4,3,4,1,1,1,2,2,3,0,3.	55
8	S. C.	0,4,0,2,1,2,1,2,1,1,0,3,3,5,0,1,1,5,3,0,0,1,1,1,0.	38
9	J Prado	0,6,1,0,0,0,2,1,0,0,0,4,2,0,3,0,0,0,2,3,1,0,0,2,1.	30

¹² As modelos selecionadas: Maria Fernanda Cândido (M.F.C.), Ana Paula Arosio (A P. A), Ana Hickmann (A H.), Malu Mader (M.M.), Juliana Paes (J. Paes), Daniele Winits (D.W.), Deborah Seco (D.S.), Sheila Carvalho (S. C.), Joana Prado (J. Prado).

GRAFICO 03: Exposição em porcentagem da preferencia feminina

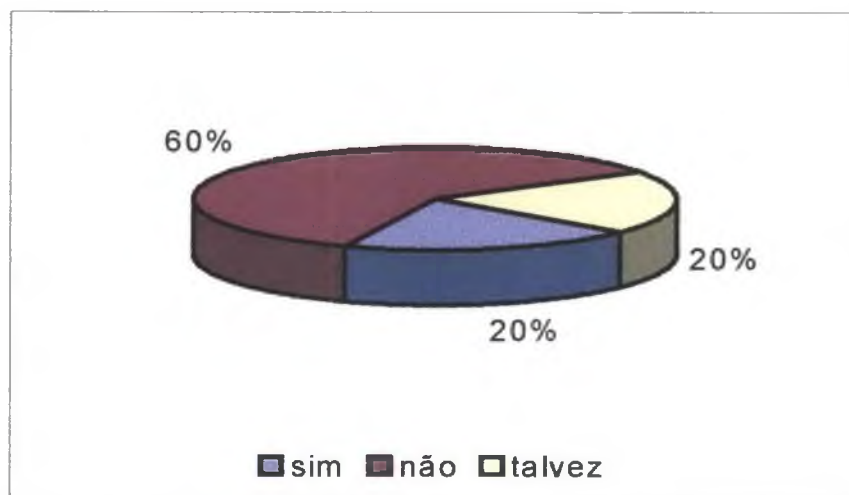


1, corresponde as belezas "comportadas"

2, corresponde as belezas rechaçadas pela mídia

Com as preferências evidenciadas pela tabela, pode-se afirmar a estima feminina por mulheres que demonstram um comportamento de "dama", ou seja que porte-se como uma mulher feminina, singela e elegante socialmente.

A moralidade não está apenas na seleção das belas e femininas mulheres, mas intrínseca nos conceitos sobre sociedade. Perguntou-se as mulheres: se você tivesse um desses corpos e ganhasse o dinheiro que tais mulheres ganharam, você posaria nua? E na sua maioria (60%), os sujeitos responderam que não. Os 20% que responderam talvez, justificaram imediatamente a atitude com frases como: *"somente se estivesse necessitando muito de dinheiro e tivesse muito bem comigo mesma. E não faria o nu muito explicito, só o mais artístico."* Isso revela o medo de ser julgada socialmente como alguém que não possui pudores ou valores, assim como os sujeitos da pesquisa julgam as imagens despudoradas.

GRAFICO 04: Posaria nua?

Deve-se evidenciar que apesar de uma postura retraída e moralista, o que faz parte do desejo feminino é ser tão desejada quanto as mulheres que despem-se não apenas de suas roupas, mas também de seus pudores para despertar fantasias do imaginário masculino.

5. DISCUSSÃO

Pode-se perceber nos resultados a presença de uma determinação social muito grande. A disciplinarização feminina fica clara quando representada a função da disciplina social como moralizadora, para tanto representa-se em uma amostra pequena a convergência de opiniões em relação a beleza feminina, ficando representada pelas mulheres da mídia que não expõem suas imagens como caricaturas do corpo objeto. É presente a incoerência perante um tempo de independência feminina, principalmente sexual. O reflexo social é de mulheres preocupadas com a opinião de outras mulheres, preocupadas com a moral e bons costumes sociais, apesar de tentadas as facetas sinuosas das belezas expostas e cultuadas pela mídia .

Alem desse fato, está presente uma formatação corporal clássica perante a sociedade, afirma-se que o corpo esta bom, satisfatório, ou que se gosta do corpo que possui, porem sempre se apresenta um mas em todas as respostas. Há uma dificuldade de aceitar-se corporalmente que acaba refletindo no pensamento e no comportamento feminino, veja alguns exemplos:

“Um corpo feminino, bonito, com boas formas, não é perfeito mas to satisfeita. Sempre há algo que a gente não gosta como celulite e algumas gordurinhas que sobram na perna e no bumbum.”

“Um pouco acima do peso, mas estou feliz assim, não acho nem bonito, nem feio.”

“Como algo só meu, que posso cuidar, não para torná-lo um objeto, uma escultura perfeita, mas algo que me sinta saudável.”

“Com qualidades e defeitos como qualquer outra pessoa, me sinto bem, apesar de sempre querer mudar algo em mim.”

O engraçado é que sempre as modificações necessárias para se fazer correspondem aos fatos cotidianos, partes do corpo que são ressaltadas a todos os momentos e em todas as ocasiões: glúteos, culote, seios e pernas... esculpir para ser saudável, dualidade complexa e muito mencionável, afinal que mulher

gostaria de ser vista como fútil ou alienada. As respostas demonstram pessoas que não se dão por vencidas, lutam em direção a uma melhor imagem feminina e que precisam se sentir bonitas para contemplar tão busca, como diria os ditos populares: “faça o que digo, mas não faça o que eu faço.” Mais um exemplo de tal fuga inconsciente para a dignidade e não rendição aos progressos da mídia.

“Encaro meu corpo de forma satisfatória, embora tenha épocas que me sinta desajeitada, procurando melhorá-lo, mas acredito que isso seja um pouco de influencia do culto ao corpo perfeito, que estamos vivendo.”

Talvez a última resposta reflita o que realmente acontece, mas por que não reconhecer totalmente esse fator? Parece ser mais fácil esconder-se atrás de milhares de desculpas do que colocar-se como produto social.

Outro fator preponderante, é a questão presenciada em relação ao rancor corporal, muitas das mulheres participantes da pesquisa demonstraram um “ódio” vislumbrado em seu corpo, o que não é nenhum pouco saudável, já que não gostar de si mesma acarretará em futuras frustrações, mudanças a qualquer custo e no fim, infelicidade total. Em alguns exemplos pode-se ter essa percepção:

“ Fora dos padrões estéticos impostos pela sociedade.”

“ Ele em si seria mais bonito se fosse trabalhado, pois esta flácido, “gordo”, acima do peso, com curvas desproporcionais, mas se me cuidasse ele seria bom.”

“Desproporcional.”

“ Eu me vejo como uma pessoa normal, com um corpo normal, além do mais não me preocupo tanto com isso.”

As percepções corporais aguçadas já demonstram algumas opiniões livres de moral e com um intenso desejo de mudança, onde percebe-se uma evolução do estágio de preocupação com o corpo. A não aceitação é tanta, que já reconhece-se que é necessário a plástica: mudança drástica e perigosa que

tornou-se com certeza opção clara para todas as mulheres. Cirurgia como comum e normal, sem lembrar-se dos riscos.

“ Meu corpo não é bem como eu gostaria, mais com o meu esforço e ajuda de uma plástica básica estaria perfeito.”

Desta forma o corpo vive hoje num cruzamento com as diversas tecnologias, o que coloca em cheque conceitos como saúde e beleza ou oposições como humano e máquina, pois não existem discursos que limitem o que é saúde e o que é beleza, onde termina o corpo e começa a máquina, ou seja, estes discursos reproduzem artificialidade.

Conduzem assim, uma massa de mulheres que, apesar de conscientes da postura atual da mulher no mercado lucrativo de cervejas, academias, bundas e passarelas, pautam suas vidas em infelicidades cotidianas e vêem no seu corpo a única forma de fugir dos problemas que as afligem, para tanto compram todas as idéias que criticam e portam-se como desejosas dos corpos que acham banais.

Perceber as incoerências femininas perante seus corpos é de certa maneira fácil, pois a ambigüidade na identidade “ser mulher” fica mais clara que todos os depoimentos, mais perdidas em seus mares, atualmente, a mulher necessita de uma âncora para determinar suas funções, o que é irremediavelmente constatado é que está âncora é a mídia e suas luxurias.

6. CONCLUSÕES

Ao admitir o corpo feminino como uma construção, que é histórica e cultural, produzida por diversos discursos que se manifestam nos mais variados tempos e espaços culturais e sociais revela-se através de um véu a estereotipização dos corpos e o desconforto do eu com seu próprio corpo, como se ambos continuassem separados graças ao rancor do superego e pelo intuito social disciplinar. Apesar das metamorfoses durante as décadas o corpo da mulher ainda está enclausurado as configurações dos discursos médicos, industriais e principalmente midiáticos. Parece que o corpo feminino deve ser e vem sendo construído em sintonia com o consumismo frenético da sociedade de vendas e lucros, com o simplista objetivo de transformar o corpo em algo fútil, obsoleto, um objeto que completa as necessidades do sistema e fomenta a produção industrial em largas escalas.

Com certeza a utilização da mulher como um símbolo de venda de produtos, transformou-a em um objeto manipulável e tortuoso, que apresenta-se atualmente como um complexo emaranhado de estereótipos e imaginários que na visão feminina, por mais que se negue, tem que ser supridos. A isso vale o sacrifício de vender-se aos novos discursos médicos e midiáticos para ser alguém que seja perfeita socialmente, mesmo que seja por apenas 15 minutos, já que a beleza capitalista é efêmera e deturpada. Com tal média, em 15 minutos a infelicidade abre suas portas e a loucura por um novo corpo toma as rédeas femininas.

Portanto entende-se que os intensos processos de significação pelos quais o corpo tem passado e que timidamente foram expostos no presente trabalho permitem perceber que o corpo é um local determinado na história. Pois os discursos produzidos permitem entender o corpo como uma construção cultural fabricado no cotidiano e nunca além dele. Isso quer dizer que o corpo não tem em si mesmo nenhum significado, ele é um conjunto de signos e marcas, produtos de discursos e representações, que por várias estratégias buscam fixar uma identidade sobre ele.

Apesar de parecer um pouco infame, precisa-se levar em conta que a Educação Física também é produtora assídua desses corpos, lisos, retos e alongados. Basta perceber os movimentos das academias para justificar tal efeito, além do mais a moral imbuída ou embutida nas pessoas também é construída no meio escolar, onde há a presença de profissionais da área.

REFERÊNCIAS

- ARAUJO, I.L. **Foucault e a critica do sujeito**. Curitiba: UFPR. 2001
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70. 1991.
- CARTA CAPITAL. **Baba, baba, baba, Brasil. Carta Capital, política, economia e cultura**. 2003
- DAOLIO, J. **Da cultura do corpo**. Campinas: Papirus. 1995.
- EPOCA. **Beleza sobre medida: ultima chamada para o verão**. Rio de Janeiro: Globo. 2003.
- FREUD, S. **O mal estar na civilização**. Rio de Janeiro: Imago. 2000.
- FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Petropolis: Vozes, 1987.
- GUEDES, D. P. & GUEDES, J.E.R.P. **Controle de peso corporal: composição corporal, atividade física e nutrição**. Rio de Janeiro: Shape. 2003.
- GOELLNER, S. V. **Bela, Maternal e Feminina: imagens da mulher na Revista Educação Physica**. Ijuí: Unijui. 2003
- KRUL, A., RHODEN, A., POYER, C.N. **Caminhos do Investigar – metodologia, técnica de pesquisa**. Londrina: CEFIL, 2001.
- McARDLE, W. D. & KATCH, F.I. & KATCH, V.L. **Fisiologia do exercício: energia, nutrição e desempenho humano**. Rio de Janeiro: Interamericana. 1986.
- MELANI, R. **Corpo, objeto de consumo**. *Discorpo*, São Paulo, 13. p. 41-53. 2002.
- POPE Jr, H.G. & PHILLIPS, K.A. & OLIVARDIA, R. **O complexo de Adónis: a obsessão masculina pelo corpo**. Rio de Janeiro: Campus. 2000.
- SANTAELLA, L. **Corpo e Comunicação: sintoma da cultura**. São Paulo: Paulus. 2004.
- SILVA, A. M., **Corpo, ciência e mercado, reflexões acerca da gestação de um novo arquétipo da felicidade**. Florianópolis: UFSC, 2001.
- SOARES, C.L. & FRAGA, A. **Pedagogias dos corpos retos: das morfologias disformes as carnes humanas alinhadas**. *Pró- posicoes* Campinas: Unicamp, v 14. p. 77 -88, 2003.
- VÁSQUEZ, A. S. **Convite à Estética**. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro, 1999.

VAZ, A. Corpo, educação e indústria cultural na sociedade contemporânea: notas para reflexão. Pró- posicoes Campinas: Unicamp, v 14. p. 61 -75, 2003.

ANEXOS

ANEXO 01: Questionário da Pesquisa

QUESTIONARIO: Fase 1

Sexo: _____ Idade: _____

1) Como você vê o seu corpo?

2) O que você considera um corpo feminino bonito ? Descreva:

3) Qual a sua opinião sobre a o uso da imagem do corpo feminino na mídia?

4) Qual o seu conceito sobre a revista playboy ? por que?

----- ✂ ----- exposição do livro de fotos ----- ✂ -----

QUESTIONARIO: Fase 2

5) Baseado nas fotos observadas, o que modifica-se na sua opinião, tendo em vista suas respostas anteriores:

6) Ranqueie as 8 fotos dentro dos seus critérios de beleza:

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

7) Se você tivesse um desses corpos e ganhasse o dinheiro que ela ganhou (ria), você posaria nu?


ANEXO 02: "Livro de Fotos"

Juliana Paes



Daniele Winits



Ana Hickman

anahickmann
official website

Enter

Requirements
Macromedia Flash Player 7.0
Broadband connection
1024 x 768

If you can not see the animation above,
then you need to download Flash Plug-In

Joana Prado



Ana Paula Arosio



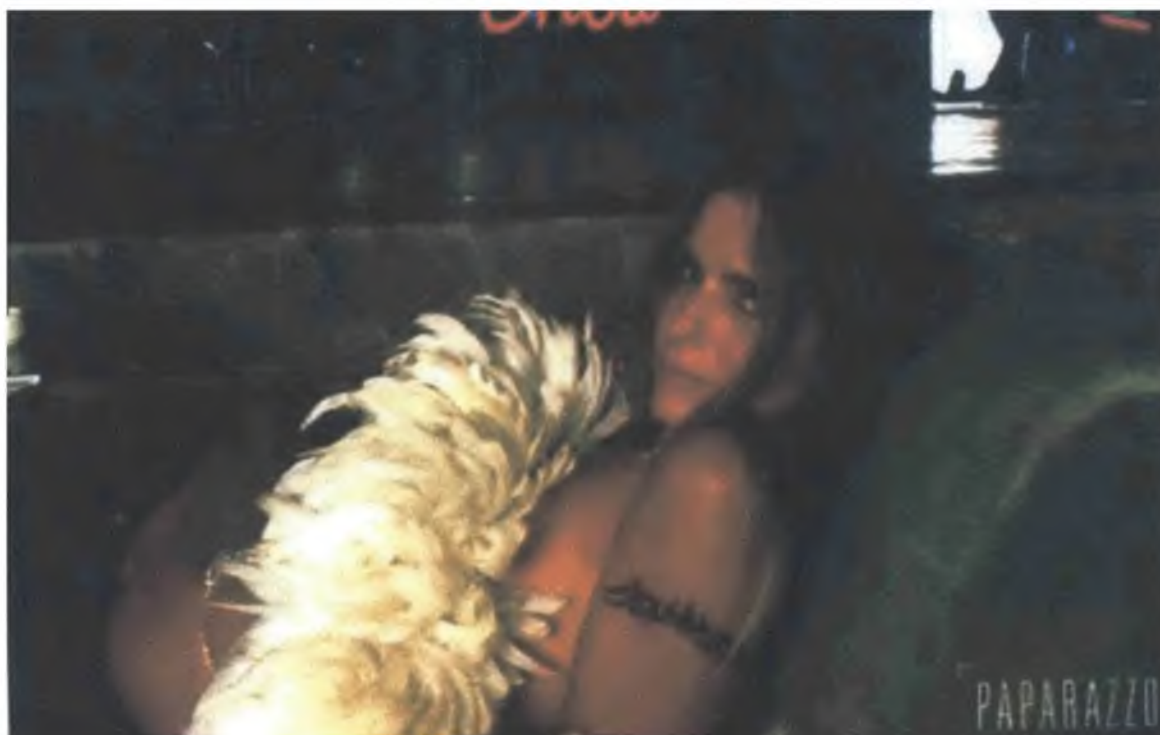
Maria Fernanda Cândido



Debora Seco



Malu Mader



Sheila Carvalho

